Mekar: Jurnal Dinamika Manajemen dan Akuntansi Modern
Volume: 1, Nomor: 4, (2026), Desember: 1618 - 1626
Website: https://ejournal.ojs-lppm.com/index.php/Mekar/article/view/538
E-ISSN: 3124-890X

Analisis Kualitas Layanan Menggunakan Metode SERVQUAL pada PT Wahanaartha Ritelindo

Lusy Ramadhani[1], Henny Armaniah[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia [1,2]
Corresponding Author: *lusyramadhani4@gmail.com[1*], henny.hah@bsi.ac.id[2]*

Info Artikel
Received: *02 Oktober 2026*
Revised : *12 Oktober 2026*
Accepted: *22 Oktober 2026*
Published: *04 November 2026*

Keywords: *service quality, SERVQUAL, customer perception, customer cxpectations.*

Abstract
Service quality is an important factor in meeting customer expectations in service companies. PT Wahanaartha Ritelindo, Tanah Tinggi Branch, still faces service-related issues that create gaps between customer perceptions and expectations. This study aims to analyze service quality based on customer perceptions and expectations and identify service dimensions requiring improvement using the SERVQUAL method. This study employed a quantitative approach with a Probability Sampling technique using Simple Random Sampling. The study population consisted of 576 customers who received motorcycle service in April, with a sample of 236 respondents determined using Slovin's formula. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through validity testing, reliability testing, and SERVQUAL gap analysis. The results showed that all research instruments were valid and reliable. All five service quality dimensions had negative gap values: Responsiveness -0.35, Reliability -0.34, Tangibles -0.32, Empathy -0.30, and Assurance -0.12. These results indicate that the service quality has not fully met customer expectations. Improvements are particularly needed in the Responsiveness and Reliability dimensions, which showed the largest gaps.

Kata Kunci*:* kualitas layanan, SERVQUAL, persepsi pelanggan, harapan pelanggan.

Abstrak
Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam memenuhi harapan pelanggan pada perusahaan jasa. PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tiggi masih menghadapi kendala pelayanan yang menyebabkan adanya kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan serta mengidentifikasi dimensi layanan yang memerlukan perbaikan menggunakan metode SERVQUAL. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *Probability Sampling* melalui metode *Simple Random Sampling*. Populasi penelitian terdiri atas 576 pelanggan yang melakukan servis pada bulan April, dengan sampel sebanyak 236 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis kesenjangan SERVQUAL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel. Kelima dimensi kualitas layanan memiliki nilai *gap* negatif, yaitu *Responsiveness* sebesar -0,35, *Reliability* -0,34, *Tangibles* -0,32, *Empathy* -0,30, dan *Assurance* -0,12. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Perbaikan terutama diperlukan pada dimensi *Responsiveness* dan *Reliability* yang memiliki

kesenjangan terbesar.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Multidisipliner

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan jasa dalam mempertahankan pelanggan. Perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan produk atau jasa, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Pada sektor otomotif, kualitas pelayanan purna jual menjadi semakin penting karena pelanggan berinteraksi langsung dengan perusahaan pada saat melakukan perawatan dan perbaikan kendaraan.

PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi merupakan bagian dari jaringan dealer resmi Honda yang menyediakan penjualan sepeda motor, pelayanan servis, dan suku cadang. Berdasarkan observasi awal dan data keluhan Januari-April, masih ditemukan ketidaksesuaian jadwal *booking* servis, respons admin yang kurang cepat, keluhan terhadap hasil pengerjaan servis, serta kesulitan penggunaan aplikasi *booking*, klaim servis gratis, dan promo. Keluhan terbesar berasal dari respons admin melalui *chat* sebanyak 19 keluhan, kesulitan penggunaan aplikasi sebanyak 11 keluhan, ketidaksesuaian jadwal *booking* sebanyak 23 keluhan dari seluruh sumber, dan keluhan terhadap hasil servis sebanyak 14 keluhan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan. SERVQUAL digunakan karena mengukur kualitas layanan melalui perbandingan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Instrumen SERVQUAL secara klasik mencakup lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman et al., dalam Nugraha et al., 2023). Penelitian terdahulu pada bengkel CV Nusantara Motor juga menunjukkan *gap* negatif -0,24 sehingga beberapa atribut pelayanan perlu diprioritaskan untuk diperbaiki (Saputra & Rosihan, 2023). Penelitian lain pada Perpustakaan Unesa menemukan bahwa lima dimensi SERVQUAL secara keseluruhan masih menghasilkan nilai negatif (Gloriano & Nugraha, 2022), sedangkan penelitian pada layanan studio musik menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Hasibuan & Ratnasari, 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan, mengidentifikasi tingkat harapan pelanggan, menganalisis

kesenjangan antara persepsi dan harapan menggunakan SERVQUAL, serta merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan pada PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi. Fokus tersebut menjadi penting karena hasil pengukuran gap dapat digunakan perusahaan untuk menentukan dimensi pelayanan yang perlu diprioritaskan.

METODE PENELITIAN

Desain dan lokasi penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-statistika, yaitu pendekatan yang menekankan penggunaan angka mulai dari pengumpulan data hingga penafsiran dan penyajian hasil, untuk menggambarkan kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan. Desain penelitian disusun sebagai prosedur pengumpulan, pengolahan, dan analisis data untuk menjawab masalah penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi selama kurang lebih tiga bulan, dari April sampai Juni 2026, yang mencakup persiapan, penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, hingga penyusunan laporan.

Populasi dan sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan servis sepeda motor di cabang tersebut pada periode April, yakni 576 pelanggan. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 236 responden. Responden dipilih dengan teknik *simple random sampling*, bagian dari *probability sampling* yang memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih (Sugiyono, 2019).

Instrumen dan pengumpulan data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dilengkapi observasi langsung di lokasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen perusahaan, data pelanggan dan keluhan, serta literatur (Arikunto, 2018; Sugiyono, 2019). Kuesioner memuat 30 pernyataan yang mewakili lima dimensi SERVQUAL, masing-masing diukur oleh enam pernyataan, dan dijawab dua kali oleh setiap responden, yaitu untuk harapan (X1–X30) dan persepsi (Y1–Y30). Jawaban diberi skor dengan skala Likert lima tingkat, dari sangat setuju (5) hingga sangat tidak setuju (1) (Sugiyono, 2023).

Analisis data

Kualitas instrumen diuji dengan IBM SPSS Statistics. Validitas diuji melalui korelasi *Pearson product moment* (*corrected item-total correlation*); butir dinyatakan valid bila r hitung lebih besar

daripada r tabel sebesar 0,1277 (df = 234; taraf signifikansi 5%) (Arikunto, 2018; Ghozali, 2021). Reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,70 (Ghozali, 2021). Analisis SERVQUAL mengikuti tahapan Indrawati (2023), yaitu menghitung skor dan rata-rata harapan serta persepsi setiap butir, menghitung gap sebagai persepsi dikurangi harapan, menghitung rata-rata setiap dimensi, lalu menentukan skor SERVQUAL dan peringkat prioritas dimensi. Gap lebih besar dari nol berarti layanan memenuhi atau melampaui harapan, gap sama dengan nol berarti sesuai harapan, dan gap kurang dari nol berarti belum memenuhi harapan. Perhitungan SERVQUAL dilakukan dengan Microsoft Excel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian kualitas layanan PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi dilakukan terhadap 236 responden yang merupakan pelanggan pengguna layanan servis. Pengukuran kualitas layanan dilakukan menggunakan metode SERVQUAL melalui lima dimensi, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan penghasilan per bulan. Distribusi responden berdasarkan karakteristik tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Karakteristik responden*

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	77	32,63
	Laki-laki	159	67,37
Usia	17–22 tahun	6	2,54
	23–30 tahun	120	50,85
	31–40 tahun	86	36,44
	> 40 tahun	24	10,17
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	15	6,36
	Pegawai Swasta	163	69,07
	ASN/BUMN	25	10,59
	Wiraswasta	33	13,98
Pendidikan terakhir	SMA/SMK/sederajat	11	12,2
	Diploma (D1/D2/D3/D4)	25	27,8
	Sarjana (S1)	41	45,6

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
	Magister (S2)	12	13,3
Penghasilan per bulan	< Rp2.500.000	9	3,81%
	Rp2.500.001–Rp5.000.000	79	33,47%
	Rp5.000.001–Rp10.000.000	89	37,71%
	> Rp10.000.000	59	25,00%

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap butir pernyataan dalam mengukur harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Dengan jumlah responden sebanyak 236 orang, diperoleh *degree of freedom* (df) sebesar 234 dan nilai *r* tabel sebesar 0,1277 pada taraf signifikansi 5%. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. *Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen*

Variabel	Jumlah	Rentang r hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harapan	30	0,897–0,978	0,997	Valid dan reliabel
Persepsi	30	0,130–0,794	0,897	Valid dan reliabel

Pengukuran kualitas layanan dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata harapan dan persepsi pelanggan pada lima dimensi SERVQUAL. Nilai *gap* diperoleh dari selisih antara nilai persepsi dan nilai harapan. Nilai *gap* negatif menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima masih berada di bawah harapan. Hasil pengukuran kualitas layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. *Nilai harapan, persepsi, dan gap SERVQUAL menurut dimensi*

Dimensi	Harapan	Persepsi	Gap	Prioritas
Responsiveness	4,74	4,39	-0,35	1
Reliability	4,75	4,41	-0,34	2
Tangibles	4,72	4,40	-0,32	3
E*mpathy*	4,76	4,47	-0,30	4
A*ssurance*	4,76	4,64	-0,12	5

Catatan: Skala 1–5. Gap = persepsi − harapan; gap negatif: layanan belum memenuhi harapan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *gap* negatif pada kelima dimensi SERVQUAL, yaitu *responsiveness, reliability, tangibles, empathy,* dan *assurance*. Nilai *gap* merupakan selisih antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diharapkan. Nilai negatif menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima masih berada di bawah harapan pelanggan. Meskipun penilaian pelanggan terhadap layanan relatif baik, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Dimensi *responsiveness* memiliki kesenjangan terbesar dengan nilai *gap* -0,35. Kondisi ini menunjukkan bahwa kecepatan dan ketanggapan pelayanan menjadi aspek yang paling perlu diperhatikan. Indikator Y14 mengenai pelayanan tanpa membuat pelanggan menunggu terlalu lama memiliki nilai persepsi terendah, yaitu 3,81. Hal tersebut menunjukkan bahwa waktu tunggu masih menjadi salah satu aspek yang belum optimal. Pada pelayanan bengkel, ketanggapan tidak hanya berkaitan dengan waktu pengerjaan kendaraan, tetapi juga proses penerimaan kendaraan, komunikasi petugas, dan pemberian informasi mengenai estimasi waktu servis. Perusahaan perlu melakukan perbaikan melalui pengaturan jadwal dan antrean servis, peningkatan koordinasi antara *service advisor* dan mekanik, serta pemberian informasi waktu pengerjaan secara lebih jelas. Temuan ini sejalan dengan Latimbang et al. (2024) yang menunjukkan adanya kesenjangan pada aspek ketepatan waktu pelayanan dan komunikasi petugas dengan pelanggan.

Dimensi *reliability* memiliki nilai *gap* -0,34 dan menjadi dimensi dengan kesenjangan terbesar kedua. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan yang dijanjikan masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Indikator X23 memiliki nilai harapan tertinggi, yaitu 4,80, yang menunjukkan tingginya harapan pelanggan terhadap penanganan kendaraan selama proses servis. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan setiap tahapan pelayanan dilakukan sesuai prosedur, mulai dari pemeriksaan kendaraan, pengerjaan servis, pencatatan hasil pemeriksaan, hingga pemeriksaan akhir sebelum kendaraan diserahkan. Kejelasan informasi mengenai kondisi kendaraan dan estimasi waktu pengerjaan juga perlu dipertahankan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Temuan ini sejalan

dengan Saputra dan Rosihan (2023) yang menunjukkan pentingnya kemampuan petugas dalam memberikan informasi mengenai kondisi kendaraan.

Dimensi *tangibles* memiliki nilai *gap* -0,32 yang menunjukkan bahwa kondisi fasilitas fisik masih belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator X3 mengenai kebersihan area bengkel dan ruang tunggu memiliki nilai harapan yang relatif tinggi, yaitu 4,68. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan lingkungan pelayanan menjadi bagian penting dari pengalaman pelanggan selama menunggu proses servis. Perusahaan perlu melakukan pemeliharaan fasilitas secara berkala, terutama pada ruang tunggu, area pelayanan, dan fasilitas pendukung lainnya. Kondisi fasilitas yang bersih dan nyaman juga dapat mendukung persepsi profesionalisme perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan Saputra dan Rosihan (2023) yang menunjukkan bahwa fasilitas merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kualitas pelayanan bengkel.

Pada dimensi *empathy*, nilai *gap* sebesar -0,30 menunjukkan bahwa perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan masih belum sepenuhnya memenuhi harapan. Meskipun demikian, indikator Y25 mengenai perhatian petugas terhadap kebutuhan pelanggan memperoleh nilai persepsi tertinggi, yaitu 4,86. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan telah memberikan penilaian yang baik terhadap perhatian petugas, tetapi masih terdapat peluang untuk meningkatkan pelayanan yang lebih personal. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi yang jelas, kesediaan mendengarkan keluhan, serta pemberian informasi mengenai kondisi kendaraan sesuai kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, *empathy* dapat dipertahankan melalui pelayanan yang ramah sekaligus responsif terhadap kebutuhan masing-masing pelanggan.

Dimensi *assurance* memiliki nilai *gap* paling kecil, yaitu -0,12. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan pada aspek jaminan pelayanan relatif lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya. Pelanggan cenderung telah memiliki kepercayaan yang cukup baik terhadap kompetensi dan sikap petugas. Meskipun demikian, nilai *gap* yang masih negatif menunjukkan bahwa aspek tersebut tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Kompetensi petugas, kemampuan menjelaskan kondisi kendaraan, serta kejelasan informasi mengenai hasil servis merupakan aspek yang dapat mendukung kepercayaan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness, reliability,* dan *tangibles* menjadi dimensi yang perlu memperoleh perhatian lebih besar karena memiliki kesenjangan yang relatif tinggi. Permasalahan utama berkaitan dengan kecepatan pelayanan, ketepatan dan konsistensi proses servis, serta kondisi fasilitas. Sementara itu, *empathy* dan *assurance* memiliki kesenjangan yang lebih kecil sehingga dapat dipertahankan dengan tetap melakukan

perbaikan secara berkelanjutan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ketepatan waktu, komunikasi petugas, dan fasilitas merupakan aspek penting dalam peningkatan kualitas pelayanan. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan pada PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi perlu dilakukan secara menyeluruh dengan memprioritaskan aspek yang memiliki kesenjangan terbesar tanpa mengabaikan dimensi pelayanan lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan pada PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan karena masih terdapat *gap* antara persepsi dan harapan pelanggan pada sebagian besar indikator layanan. Harapan pelanggan terhadap kualitas layanan terutama berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang tepat, cepat, aman, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan selama proses servis. Hasil analisis menggunakan metode SERVQUAL menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan masih memiliki *gap*, dengan *Responsiveness* menjadi prioritas pertama, diikuti *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Assurance*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan perlu diarahkan terutama pada kecepatan dan ketanggapan pelayanan, ketepatan waktu dan kesesuaian hasil servis, serta kenyamanan dan kondisi fasilitas pelayanan. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan antara lain mengoptimalkan booking service dan antrean, memperkuat koordinasi antara *Service Advisor*, *Customer Service*, dan mekanik, meningkatkan kepatuhan terhadap SOP, mengevaluasi ketepatan waktu servis, serta mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan fasilitas. Perbaikan secara berkelanjutan pada seluruh dimensi diharapkan dapat mengurangi *gap* antara harapan dan persepsi pelanggan serta meningkatkan kualitas layanan PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Tanah Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Jakarta: Rineka Cipta.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10 (ed.)). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gloriano, G., & Nugraha, J. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual: Studi Kasus di Perpustakaan Unesa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, *10*(3), 233–245. https://doi.org/10.26740/jpap.v10n3.p233-245

Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

Musik Studio dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, *19*(2), 59–62. https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.33

Latimbang, M. A., Rasyid, A., Machmoed, B. R., & Uloli, H. (2024). Analisis Pelayanan dengan Menggunakan Metode Servqual terhadap Pelayanan pada PT Pos Indonesia Cabang Gorontalo. *Jurnal Vokasi Sains Dan Teknologi*, *4*(1), 1–5. https://doi.org/10.56190/jvst.v4i1.61

Nugraha, P. S., & Nisa, P. C. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Niat Beli Konsumen Di Starbuck. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *24*(1), 75–89. https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.882

Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode SERVQUAL dan IPA: Studi Kasus Di Bengkel CV Nusantara Motor. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, *21*(2), 103–112. https://doi.org/10.52330/jtm.v21i2.113

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.